

Wie Milchproduzentinnen und Milchproduzenten ihre Lebensqualität verbessern

Isabel Häberli¹, Sandra Contzen¹ und Ueli Straub²

¹BFH-HAFL, 3052 Zollikofen, Schweiz

²AGRIDEA, 8315 Lindau, Schweiz

Auskünfte: Sandra Contzen, E-Mail: sandra.contzen@bfh.ch

<https://doi.org/10.34776/afs12-121> Publikationsdatum: 29. Juni 2021



Ein Gleichgewicht zwischen Arbeit und persönlichen Bedürfnissen zu finden, kann herausfordernd sein. (Foto: BFH-HAFL)

Zusammenfassung

Seit der Umstrukturierung des Schweizer Milchsektors insbesondere um die Jahrtausendwende sind Schweizer Milchproduzentinnen und Milchproduzenten mit grossen Herausforderungen und Belastungen konfrontiert. Diese können sich negativ auf deren Lebensqualität auswirken. Bisher war jedoch wenig dazu bekannt, wie es um die Lebensqualität auf Schweizer Milchwirtschaftsbetrieben steht und mit welchen Anpassungen und Strategien Milchproduzierende eine gute Lebensqualität erreichen. Mit der Identifizierung solcher Strategien aus Sicht der Milchbauernfamilien befasste sich ein qualitatives Forschungsprojekt der BFH-HAFL in Zusammenarbeit mit der AGRIDEA. Zudem wurde der Umgang der Beratung mit dem Thema Lebensqualität betrachtet. Das Projekt zeigt Strategien auf der Betriebsebene, im familiären oder häuslichen Bereich und

auf persönlicher Ebene. Viele Strategien zielen darauf ab, die Arbeit so zu organisieren, dass möglichst viel Freiraum im Sinne von «freier Zeit» und Veränderungsmöglichkeiten, aber auch Privatsphäre entsteht. Einige Strategien setzen entsprechende Finanzen voraus, andere nicht. Die Beratung leistet schon jetzt Unterstützung betreffend Lebensqualität, doch oft nur punktuell. Das Projekt empfiehlt, Lebensqualitätsaspekte zukünftig bewusst und konsequent in strategische sowie fachliche Beratung einzubeziehen. Die Erkenntnisse und deren Umsetzung leisten einen wichtigen Beitrag zur sozialen Nachhaltigkeit von Schweizer Landwirtschaftsbetrieben und sind auch über den Milchsektor hinaus von Nutzen.

Key words: Quality of life, dairy farming, strategies,

Einleitung

Die weitreichenden Veränderungen des Schweizer Milchsektors in den vergangenen Jahrzehnten forderten die Milchproduzentinnen und Milchproduzenten stark heraus (Mariani 2019). Diese scheinen mit grösseren finanziellen und psychischen Belastungen zu kämpfen als andere Produzierende, bspw. auf Ackerbaubetrieben (Contzen *et al.*, 2015). Die Motivation ersterer wird dadurch auf die Probe gestellt. Als Kern ihrer Motivation nennen sie oft ihre besondere Lebensweise, die mit Autonomie, Arbeit in der Familie und mit dem Kontakt zu den Tieren und zur Natur verbunden ist (Forney 2012). Diese Aspekte werden mit einer für den Beruf spezifischen Lebensqualität (LQ) assoziiert, die Nachteile wie das Angebundensein und das hohe Arbeitspensum ausgleicht.

Mit dem Konzept der LQ wird beschrieben und gemessen, wie gut Gesellschaften und Individuen leben. Die Wahrnehmung der LQ ist sehr individuell und davon hängt auch der Handlungsbedarf zur Veränderung der eigenen LQ ab. Eine zufriedenstellende LQ ist wesentlich für die Nachhaltigkeit der Landwirtschaftsbetriebe. Dennoch waren die wissenschaftlichen Kenntnisse zur LQ in der Schweizer Landwirtschaft bisher begrenzt. Sie beruhten hauptsächlich auf den Erkenntnissen von Radlinsky *et al.* (2000) und deren Indikatoren zur Messung

der LQ landwirtschaftlicher Betriebe. Auf diesen basieren auch die regelmässigen Befragungen des gfs-zürich im Auftrag des Bundesamtes für Landwirtschaft (z. B. Bundesamt für Landwirtschaft 2017). Vertiefte qualitative Daten zur Definition von LQ aus Sicht der Landwirtinnen und Landwirte sowie zu möglichen Strategien, wie eine gute LQ erreicht werden kann, fehlten bisher. Das Projekt «Lebensqualität in der Milchproduktion» der BFH-HAFL in Zusammenarbeit mit der AGRIDEA erforschte deshalb die Bedeutung und Definitionen von LQ aus Sicht der Milchproduzentinnen und -produzenten sowie deren Strategien, um eine gute LQ zu erreichen. Zudem wurde der Umgang der Beratung mit der Thematik LQ untersucht. Die Erkenntnisse leisten einen Beitrag zur Beurteilung und Verbesserung der sozialen Nachhaltigkeit von Landwirtschaftsbetrieben.

Im vorliegenden Artikel liegt der Fokus auf den Forschungsergebnissen zu den Strategien der Milchbauernfamilien und auf der Frage, wie bestehende Angebote der Beratung zum Thema LQ weiterentwickelt werden könnten.

Methoden

Das qualitative sozialwissenschaftliche Forschungsprojekt war auf zwei Jahre angelegt und wurde im Sommer 2020 abgeschlossen. Die Daten wurden mittels

Tab. 1 | Merkmale der Betriebe (n = 16), welche an einem Interview (n = 10) oder an einem Fokusgruppengespräch (n = 6, Angaben kursiv) teilgenommen haben.

Betrieb	Zone	Anzahl Mitarbeitende*	LN ha	Milchkühe	Milchleistung kg/Kuh/Jahr	Milchkanal	Milchpreis CHF/kg**	Besondere Merkmale
A	Tal	4	85	40	7200	Industrie	0,53	Umstellung Bio, Miteigentümer einer vom LW-Betrieb unabhängigen GmbH
B	Berg	2	66 + Alp	35	5700	Käserei	0,82	Bio, neuer Laufstall
C	Tal	3	57	85	9780	Industrie	0,605***	bis vor Kurzem Generationengemeinschaft (GG)
D	Tal	3	49	50	8500	Industrie	0,56***	Betriebszweiggemeinschaft (BZG)
E	Tal	1	45	30	6800	Käserei	0,80***	Verein und Stallgemeinschaft
F	Tal	3	69 + Alp	150	8000	Käserei	0,80***	Betriebsgemeinschaft (BG), BZG mit drei anderen Betrieben
G	Berg	2	21	10	6800	Kälbermast, Alpkäse	0,62	Mutterschafe
H	Berg	2	21	5	7000	Kälbermast, Aufzucht	–	Rinder, neuer Laufstall
I	Berg	1	38	26	8000	Käserei	0,52	GG, Lohnunternehmen
K	Berg	2	45 + Alp	55	6000	Industrie	0,77	Bio, Rinder, BG
M	Hügel	0	33	53	5500	Industrie	0,525	Vollweidesystem, saisonales Abkalben, Umstellung Bio
N	Hügel	2	36	30	6800	Industrie	0,74	Bio
O	Tal	2	47	45	6900	Industrie	0,80***	Bio, Pensionspferde
P	Tal	1	32	11	7000	Industrie	0,75	Bio, Pensionspferde
Q	Berg	2	33 + Alp	27	7000	Industrie	0,72	Bio, Zivildienstleistende
R	Hügel	1	34	32	6500	Industrie	0,5	vor Kurzem Hofübergabe
Ø Sample		44	43	7093			0,671	

* Entlohnte Mitarbeitende inkl. Lernende sowie unbezahlt Mitarbeitende Familienarbeitskräfte. Ehefrau und Temporäre ausgenommen.

** Zum Befragungszeitpunkt aktueller ausbezahlter Milchpreis.

*** Durchschnittlicher Milchpreis der letzten 12 Monate.

qualitativer Interviews mit Einzelpersonen sowie Fokusgruppengesprächen erhoben. Nebst der Definition und Beurteilung der eigenen LQ wurden Anpassungen und Strategien in Familie und Betrieb mit Auswirkungen auf die LQ diskutiert.

Die eine Stichprobe umfasst Schweizer Milchproduzierende ($n=30$) von 16 Betrieben, darunter 11 Frauen und 19 Männer (Tab. 1). Zehn Personen von insgesamt sechs Betrieben nahmen an einem Fokusgruppengespräch teil. Mit 20 Personen von zehn Betrieben wurden Einzelinterviews durchgeführt. In der Regel nahmen pro Betrieb zwei Personen teil, je nach Verfügbarkeit das Betriebsleiterhepaar oder der ehemalige Betriebsleiter und der aktuelle Betriebsleiter bzw. dessen Frau. Um LQ-Strategien zu erheben, die sich bewährt haben, wurden Milchbauernfamilien interviewt, die angaben, eine gute LQ zu haben. Die Stichprobe zielte darauf ab, Diversität in Bezug auf Familien- und Betriebsstrukturen sowie landwirtschaftliche Zonen zu erreichen, aber in Bezug auf die Bewertung der LQ homogen zu sein. Die Bauernfamilien wurden mithilfe von Beratungsdiensten und Bauernverbänden ausgewählt, um Personen zu finden, die diesen Stichprobekriterien entsprechen.

Die Stichprobe zeichnet sich durch eher grosse Betriebe aus, die in Bezug auf die bewirtschaftete Fläche und die Anzahl Kühe über dem Durchschnitt der Schweizer Betriebe liegen. Fast alle interviewten Personen sehen ihren Betrieb finanziell in einem guten oder relativ guten Zustand. Mit fünf zertifizierten Biobetrieben ist ihr Anteil in der Stichprobe (über 30 %) doppelt so gross wie ihr Anteil an allen Schweizer Landwirtschaftsbetrieben (15 % (Bio Suisse 2019)). Vier Betriebe der Stichprobe arbeiten mit einem oder mehreren Betrieben zusammen, entweder in einer Betriebsgemeinschaft oder in einer Betriebszweiggemeinschaft für die Milchproduktion.

Die zweite Stichprobe bilden 15 landwirtschaftliche Beratungspersonen verschiedener Institutionen, die an einem von insgesamt vier Fokusgruppengesprächen in der Deutsch- und Westschweiz teilnahmen. Ziel war es, deren Beratungserfahrungen zum Thema LQ und LQ-Strategien der Milchproduzentinnen und Milchproduzenten in der Schweiz zu erheben.

Die Interviews wurden wörtlich in Französisch transkribiert oder bei der Transkription von Schweizerdeutsch in Standardsprache übersetzt, mithilfe der Software MAXQDA kodiert und unter Anwendung einer strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet (Kuckartz 2014).

Resultate

Strategien zur Verbesserung der Lebensqualität

Bei der Analyse der LQ-Strategien, die von Milchbauernfamilien und Beratungspersonen genannt wurden, kristallisierten sich fünf Strategiebereiche heraus, die sich durch die Ziele der Strategien unterscheiden (Tab. 2).

Tab. 2 | Die fünf identifizierten Strategiebereiche und deren Ziele

Strategiebereich	Ziel der Strategien
Arbeitsgestaltung	Mehr verfügbare Zeit und Flexibilität, weniger angebunden sein
Arbeitserleichterung	Zeit sparen und körperlich leichtere Arbeit
Abgrenzung	Bessere Abgrenzung von der Arbeit und mehr Privatsphäre
Horizontenerweiterung	Über den Betrieb hinaussehen und Neues lernen
Angepasste Betriebsausrichtung	Freude an der Arbeit erhalten, mehr Wertschätzung, bessere Rentabilität

Die Bereiche können Massnahmen auf technischer, organisatorischer und persönlicher Ebene enthalten. Auf der persönlichen Ebene nannten die Milchproduzentinnen und Milchproduzenten auch Strategien, die nicht klar einem dieser Bereiche zugeordnet werden können. Dazu gehören Persönlichkeitsbildung, Mut zur Veränderung und zum Beizug von Unterstützung, Selbstreflexion, Perspektivenwechsel und die Strategie, sich bewusst mit der eigenen LQ auseinanderzusetzen. In den nachfolgenden Abschnitten werden die Strategien in den fünf Bereichen beschrieben.

Arbeitsgestaltung

Genügend Zeit zu haben für die Erholung, die Familie, sich selbst oder für die Planung, wurde von den Studienteilnehmenden fast durchwegs als sehr wichtiges Element einer guten LQ bezeichnet. Die Arbeitsgestaltung ist der Bereich, zu dem am meisten Strategien genannt wurden. Auf einer technischen Ebene fokussieren die Milchproduzierenden auf die Stalleinrichtung (z. B. Fütterungsroboter, Melkroboter), damit bspw. die Stallarbeit von einer Person allein erledigt werden kann. Die Anschaffung eines Melkroboters wird jedoch kontrovers diskutiert. Einige setzen auf den Roboter, um zeitliche Flexibilität und Freiheit zu gewinnen. Andere verzichten bewusst darauf, da sie befürchten, dadurch an Freiheit einzubüssen. Eine Strategie, mit der Milchbauernfamilien positive Erfahrungen machten, ist die Umstellung auf das Vollweidesystem mit saisonaler Abkalbung. Dadurch lassen sich in bestimmten Zeiten des Jahres längere Ferien organisieren und es kann leichter eine Stellvertretung für die Stallarbeiten gefunden werden. Die Umsetzung braucht jedoch gute Planung und Zeit.

Sich Spielraum für Veränderung zu schaffen oder zu bewahren wurde sowohl von Milchbauernfamilien als auch von Beratungspersonen als Strategie bezeichnet, die sich positiv auf die LQ auswirken kann. Dies lässt sich einerseits auf technischer Ebene umsetzen, indem man z.B. beim Stallbau Möglichkeiten offenlässt, den Stall später anzupassen und auszubauen, wie es ein Milchproduzent getan hat:

«Das hat mit dem Melkstand vor 20 Jahren angefangen. Wir haben den gebaut und die haben gefragt, was machst du da, auf der anderen Seite so komische Zacken betonieren? Dann sagte ich: Ja, ich muss eine Perspektive haben, um nochmals drei Plätze erweitern zu können! Wenn ich jetzt alles zubetoniere, dann ist es, wie es ist, und ich habe keinen Horizont mehr, um noch weiter zu gehen.»

Andererseits kann Spielraum für Veränderungen auf organisatorischer Ebene eingeplant werden, indem Optionen offengelassen werden, den Betrieb neu auszurichten, zu extensivieren oder die Milchproduktion einzustellen.

Die Personenkonstellation auf dem Betrieb hat ebenfalls Auswirkungen auf die LQ der Bauernfamilie. Wer über Mitarbeitende in Betrieb und/oder Haushalt verfügt, die zuverlässig, flexibel einsetzbar und gut ausgebildet sind, kann Arbeiten besser abgeben oder aufteilen und ist dadurch weniger angebunden. Mehrere Teilnehmende der Studie erleben diesen positiven Effekt durch die Zusammenarbeit in einer Betriebs-, Betriebszweig-, Stall- oder Generationengemeinschaft, oder durch Nachbarschaftshilfe. Zu wissen, dass andere Personen spontan einspringen können, ist für viele eine grosse Erleichterung. Gleichzeitig gaben einige Interviewte zu bedenken, dass die tägliche Verpflegung und Koordination von Angestellten auch an den Betrieb binden könne, insbesondere die Frauen.

Betreffend Zeitplanung ist es für die einen wichtig, Pausen, freie Tage und Ferien konsequent einzuplanen. Für andere wiederum steht die zeitliche Flexibilität im Vordergrund, bspw. um spontan Zeit für Besuch zu haben. Die neu gewonnene Zeit ist sinnvoll einzusetzen, was bedeuten kann, die Zeit nicht für andere Arbeiten, sondern für Erholung oder Hobbys aufzuwenden.

Arbeitserleichterung

Verschiedene Strategien, insbesondere auf technischer Ebene, erleichtern die Arbeit und wirken sich dadurch positiv auf die LQ aus, wie ein ehemaliger Betriebsleiter schilderte:

«Ja, also die Lebensqualität, muss ich sagen, hat sich in den vergangenen Jahren schon verbessert. Natürlich auch mit der Technik und allem was man hat. Früher hat man schon geackert. Man sieht es an meinen Händen, früher mussten wir hart arbeiten. Heute haben wir im Prinzip von den technischen Hilfsmitteln wie automatischer Fütterung und so, haben wir sicher im Vergleich zu früher ein einfacheres Leben.»

Sowohl Milchbauernfamilien als auch Beratungspersonen sagten, dass eine «sinnvolle» Mechanisierung oder Automatisierung anzustreben sei. Dazu können je nach Betrieb Futtermischgeräte, Kräne, automatische Entmischung, Rohrmelkanlagen oder auch Melkroboter gehören. Im Haushalt erleichtern bestimmte Haushaltgeräte die Arbeit, bspw. eine industrielle Abwaschmaschine bei einem Grosshaushalt mit Angestellten.

Abgrenzung

Um eine bessere Abgrenzung von der Arbeit und mehr Privatsphäre zu erreichen, wurde einerseits von aufwändigeren Massnahmen berichtet, deren Umsetzung nicht immer einfach ist. Als Beispiele wurden getrennte Wohnungen oder Häuser zwischen Generationen oder Ausbau des Wohnbereichs für mehr Privatsphäre zwischen Angestellten und Familie genannt. Andere Strategien sind kurzfristig umsetzbar, bspw. ab und zu räumlich vom Betrieb Distanz nehmen oder die Kommunikation in den Ferien reduzieren, wie dieser Milchproduzent beschreibt: «In den Ferien lassen wir eine SMS raus, in absolut dringenden Notfällen wendet euch an den und den. Aber dann sind wir weg». Abgrenzung und Privatsphäre wird auch durch getrennte Abendessen zwischen Familie und Lernenden bzw. Angestellten erreicht.

Horizontenerweiterung

Die Milchproduzierenden der Studie berichteten von guten Erfahrungen mit Strategien, die der Horizontenerweiterung dienen. Insbesondere der soziale Austausch kann vor Betriebsblindheit bewahren und die Selbstreflexion anregen. Die Strategien umfassen ausserbetriebliche Arbeit, ehrenamtliches Engagement, persönliche Kundenkontakte oder die Pflege sozialer Kontakte innerhalb und ausserhalb der Landwirtschaft. Auch der Austausch in Arbeitskreisen oder bei Stallbesichtigungen dienen der Horizontenerweiterung. In den Worten einer Produzentin:

«Eben dieser Arbeitskreis Milch oder es gibt jetzt auch einen Bäuerinnenarbeitskreis und den finde ich sehr wertvoll. Gerade so Austausch und Selbstreflexion. Das

bringt schon etwas. Man könnte ja immer zu Hause noch etwas machen statt hierherkommen. Aber wenn du immer nur zu Hause bist, ich habe schon Angst vor der Betriebsblindheit. Darum gehe ich gerne einen anderen Betrieb anschauen, ob das ein grosser oder ein kleiner ist, oder er es total anders macht, ist mir eigentlich egal. Aber, dass es einen Austausch bringt, sonst versauerst du auf deinem Berg Arbeit.».

Angepasste Betriebsausrichtung

Den Betrieb so auszurichten, dass er finanziell rentiert und gleichzeitig die Freude an der Arbeit erhalten bleibt oder grösser wird, ist die Strategie mehrerer Studienteilnehmenden. Verschiedene Massnahmen haben sich bewährt: Auf technischer Ebene kann die eigene Wertschöpfung erhöht werden z.B. durch Verkäsung der Milch auf dem Betrieb oder in einer Gemeinschaftskäserei. Eine Strategie auf organisatorischer Ebene besteht darin, Betriebszweige, die keine Freude machen, zu reduzieren, auszulagern oder einzustellen. Wenn einem der direkte Kundenkontakt zwar wichtig, aber der Betrieb eines Hofladens zu aufwändig ist, sind punktuelle Anlässe auf dem Betrieb eine Alternative. Die Strategie, einen besseren Milchpreis und grössere Wertschätzung durch die Umstellung auf Bioproduktion oder Gruyère-Käse zu erlangen, wurde von mehreren Interviewten verfolgt, in den Worten eines Produzenten:

«Das [die Lebensqualität verbessert] habe ich eigentlich gemacht, indem ich auf Bio umgestellt habe. Das war ganz klar... Also in dem Sinn Lebensqualität, dass jetzt genügend Einkommen vorhanden ist. Das ist eigentlich so... also genügend Einkommen, es hätte zwar gereicht, um zu leben, aber dann nicht, um zu investieren. Und das war klar auch eine Strategie, dass ich auch investieren wollte. Dass ich auch weiterkommen will.»

Auf persönlicher Ebene wurde als Strategie genannt, über Geld sprechen zu können und finanzielle Probleme anzusprechen, bevor es zu spät ist. Dazu gehört auch, grössere Investitionen mit der zukünftigen Generation zu besprechen, damit diese auch längerfristig sinnvoll sind und niemandem den Weg verbauen.

Angebote der landwirtschaftlichen Beratung

Die landwirtschaftliche Beratung kann Milchbauernfamilien in der Suche und Umsetzung von LQ-verbessernden Strategien unterstützen. Für die interviewten Milchproduzentinnen und Milchproduzenten ist diesbezüglich wichtig, dass Beratungspersonen neutral sind, d.h. nicht Produkte verkaufen, und dass sie an der Zukunft

des Betriebs und am Wohlergehen der Menschen auf dem Betrieb interessiert sind.

Für die interviewten Beratungspersonen stellt die Förderung der LQ in der Beratungspraxis jedoch eine anspruchsvolle Aufgabe dar. Sie verlange von den einzelnen Beratungskräften sowie von den Beratungsinstitutionen vielfältige Kompetenzen und gut koordinierte Strukturen. Somit würden sich nicht alle gleich intensiv mit der Thematik befassen, wie folgende Aussage eines Beraters zeigt:

«Wenn der Kunde keine Bedürfnisse in diese Richtung äussert, spreche ich die Thematik Lebensqualität nicht aktiv an. Das entspricht auch meinen Kompetenzen, Lebensqualitätsfragen sind weniger mein Ding [...]»

Dementsprechend würden auch die Angebote der Beratungsinstitutionen variieren. Dennoch sehen die interviewten Beratungspersonen verschiedene Möglichkeiten, wie sie Produzentenfamilien im Hinblick auf deren LQ unterstützen können.

So können sie in strategischen Entscheidungsprozessen und deren operativer Umsetzung (Betriebsübergaben, Bauinvestitionen, überbetriebliche Zusammenarbeit, strategische Neuausrichtung etc.) dazu beitragen, dass die LQ aller Familienmitglieder zu einer zentralen Orientierungsgrösse wird. Deshalb solle gemäss den Beratungskräften der LQ als strategisches Ziel mehr Beachtung geschenkt werden. Ausserdem spiele die LQ auch bei scheinbar «reinen» Fachberatungen immer mit. Weiter können Beratungskräfte mit den Milchbauernfamilien Handlungsfelder zur Verbesserung ihrer LQ identifizieren (z.B. Arbeitsteilung, Stressprävention, Administration, Betriebsausrichtung), um daraufhin wirkungsvolle Beratung anzubieten. Dank partizipativer Beratungsmethoden, die es ermöglichen, bei Bedarf nebst der Betriebsleitung auch weitere Beteiligte des Betriebs und der Familie einzubeziehen, können tragfähige Entscheidungen herbeigeführt und Bewältigungsstrategien unterstützt werden, die ein stressfreies Arbeiten und Leben auf dem Betrieb ermöglichen. Mit kollektiven Beratungsformen (z. B. Arbeitskreisen) kann die Beratung das gegenseitige Lernen unter Milchproduzierenden fördern.

Den Beratungskräften stehen für die Diskussion der LQ eine Reihe von Hilfsmitteln zur Verfügung, die aus unterschiedlichen Richtungen den Zugang auf das Thema und dessen vertiefte Diskussion ermöglichen. Dennoch vermissen einige der interviewten Beratungspersonen in bestimmten Situationen ein passendes Tool, eine geeignete Checkliste oder entsprechende Beratungskom-

petenzen. Die Verfügbarkeit von und das Wissen um öffentliche oder private Angebote für Bauernfamilien in Krisensituationen erleichtert es den Beratungskräften, LQ-Aspekte anzusprechen und ggf. an kompetente Fachpersonen weiterzuleiten, wie ein Berater erwähnte:

«Wir haben für heikle Situationen eine Vereinbarung mit dem Kanton Bern, dass das INFORAMA auch bei uns Coachingaufgaben übernimmt. So kann ich mich auf meine Kernaufgaben konzentrieren und gleichwohl auf Konfliktprobleme eingehen, wenn ich sie sehe, und den Kunden dann das Coaching vom INFORAMA empfehlen.»

So, wie die Beratungskräfte das Thema LQ in unterschiedlichem Ausmass ansprechen, sind die Bedürfnisse der Milchbauernfamilien und ihre Bereitschaft auf Themen der LQ einzugehen, sehr verschieden. Während die einen bereit sind einen Anlass oder eine Beratung zum Thema LQ zu besuchen, müssen für andere die «unattraktiven» LQ-Fragen mit populären, z.B. produktionstechnischen Themen kombiniert sein, damit sie das Angebot nutzen. Das Weiterbildungsangebot sollte gemäss den interviewten Beratungspersonen entsprechend ausgerichtet werden. Zudem sind verschiedene Angebotsformen, Kursdauern und Kurszeiten gefragt, um möglichst viele Milchproduzentinnen und -produzenten zu erreichen.

Diskussion und Schlussfolgerungen

Das Projekt «Lebensqualität in der Milchproduktion» wollte die Strategien erheben, die Milchproduzentinnen und Milchproduzenten anwenden, um ihre LQ auf einem guten Niveau zu halten oder sie zu verbessern. Die Resultate zeigen, wie vielfältig diese Strategien sind. Sie setzen nicht nur auf der Betriebsebene an, sondern auch im familiären oder häuslichen Bereich und auf der persönlichen Ebene. Nicht immer sind sie als klare Strategien zu erkennen. Teilweise sind es Veränderungen, die ein anderes Ziel hatten, sich aber positiv auf die LQ auswirkten. Andere Anpassungen wiederum wurden gezielt im Hinblick auf die LQ getroffen. Die Strategien sind unterschiedlich aufwändig in der Planung und Umsetzung und sie wirken verschieden. Sich mehr Zeit für regelmässige Pausen zu nehmen, bedingt eine andere Planung und andere Ressourcen, als bspw. ein Vollweidesystem mit saisonaler Abkalbung einzuführen.

Auffallend ist, dass viele Strategien mit dem Faktor Zeit und mit Abgrenzung zusammenhängen. Sie zielen darauf ab, die Arbeit rund um die Milchproduktion so zu organisieren, dass möglichst viel Freiraum im Sinne

von «freier Zeit» und Veränderungsmöglichkeiten, aber auch Privatsphäre entsteht. Überraschend ist dies nicht, angesichts der Definitionen für gute LQ aus Sicht der Milchproduzentinnen und -produzenten, welche dieses Projekt ebenfalls aufgezeigt hat (Contzen *et al.*, 2020; Häberli & Contzen, 2020). Demnach schränken ständiges Angebundensein und fehlende Zeit für Erholung, Familie oder Planung die LQ der interviewten Milchbauernfamilien ein. Somit ist es nachvollziehbar und sinnvoll, dass viele Strategien mehr zeitliche und personelle Flexibilität sowie bessere Abgrenzung anstreben.

Die aufgezeigte, nicht abschliessende Liste an Strategien, kann anderen Milchproduzierenden sowie der Beratung als Impuls dienen. Jedoch eignen sich nicht alle Strategien für jeden Betrieb. Da das Sample mehrheitlich mittel- bis gutverdienende Betriebe umfasst, können vor allem die technischen Strategien, die oft mit Investitionen verbunden sind, nicht auf alle Milchwirtschaftsbetriebe übertragen werden. Die organisatorischen und persönlichen Strategien hingegen hängen nicht zwangsläufig von der finanziellen Lage eines Betriebs ab, bedingen aber Zeit zum Überlegen und Planen sowie gewisse personelle und persönliche Ressourcen, um die Strategie umzusetzen. Somit sind auch diese Strategien nicht für alle Milchwirtschaftsbetriebe passend. Um die geeignete Strategie für den jeweiligen Betrieb bzw. die ihn bewirtschaftenden Personen zu finden, kann die Beratung wichtige Unterstützung leisten.

Die Beratungsinstitutionen und einzelnen Beratungspersonen gehen gemäss den Ergebnissen des Forschungsprojektes jedoch unterschiedlich mit der Thematik um. Einige Beratungspersonen und Institutionen integrieren Fragen zur LQ systematisch in ihren Beratungen und bieten Veranstaltungen und Kurse im Zusammenhang mit LQ an. Andere haben weniger Erfahrung damit, fühlen sich diesbezüglich weniger kompetent und vertiefen LQ-bezogene Fragen nur auf Wunsch der Klienten und Klientinnen oder stossen dabei schneller an ihre Grenzen. Auf Basis der Erkenntnisse aus den Fokusgruppengesprächen mit den Beratungspersonen und nach einem Blick in die Nachbarländer Deutschland und Österreich, können die folgenden vier Entwicklungsmöglichkeiten für die Beratung formuliert werden:

- In strategischen Beratungsprozessen soll die LQ konsequent integriert werden und zu einem zentralen Orientierungsrahmen werden. Dabei ist die LQ aller auf dem Betrieb lebenden Familienmitglieder relevant und zu berücksichtigen. Entsprechend sollte am Grundsatz der «Charta für eine ganzheitliche Beratung» des Beratungsforums Schweiz festgehalten werden, alle be-

troffenen Personen in den Beratungsprozess einzubeziehen.

- Auch in der Fachberatung sollten Beratungspersonen das Thema LQ stets im Blick haben. Im Rahmen dieser Beratungen können viele Betriebe erreicht und auf Zusammenhänge zwischen ihren fachlichen Anliegen und ihrer LQ aufmerksam gemacht werden. Hier ist es wichtig, den Betriebsleitenden die Handlungsfelder zur Verbesserung ihrer LQ aufzuzeigen, wie z.B. ein ausgeglichenes Zeitmanagement oder finanzielle Absicherung.
- Die Netzwerke zur professionellen Krisenintervention sollen weiter ausgebaut werden, denn dies stärkt den Beratungskräften den Rücken, um sich öfters zuzutrauen im Beratungsprozess LQ-bezogene Fragen zu stellen. Inspiriert durch die deutsche Praxis wird in diesem Zusammenhang die Erarbeitung eines national anerkannten Leitbildes für die Beratung empfohlen – ähnlich der existierenden «Charta für eine ganzheitliche Beratung» oder in diese integriert – das den Menschen und seine LQ ins Zentrum stellt und die Beratungsarbeit vermehrt an diesen Grundsätzen orientiert.
- Das Weiterbildungsangebot der Beratungsstellen könnte noch multithematischer gestaltet und über die Kantonsgrenzen hinaus besser koordiniert werden. Dabei sollte nicht auf reine «LQ-Kurse» gesetzt werden. Denn bisher konnte eine bessere Reichweite und Wirkung erzielt werden, wenn LQ-relevante Fragen in Kurse zu anderen («attraktiveren») Themen integriert wurden.

Die Erkenntnisse dieses Projekts sind über den Milchsektor hinaus relevant und können auch für Betriebsleitende und Familien in anderen landwirtschaftlichen Sektoren Ideen und Möglichkeiten aufzeigen. Die LQ ist mit vielen verschiedenen Aspekten auf betrieblicher und persönlicher Ebene verbunden und kann nur mit individuellen Strategien verbessert werden. Wenn es gelingt, der LQ der Produzentenfamilien einen höheren Stellenwert zu geben, trägt dies entscheidend zur Nachhaltigkeit der Schweizer Landwirtschaftsbetriebe bei. Hier stehen nicht nur die Produzierenden selbst in der Verantwortung, sondern auch die weiteren Akteurinnen und Akteure des landwirtschaftlichen Wissens- und Informationssystems. ■

Dank

Wir bedanken uns bei allen Projektteilnehmenden für ihre Zeit und Offenheit. Dem Bundesamt für Landwirtschaft, der Fondation Sur-la-Croix, den Milchproduzenten Mittelland MPM und Nestlé Schweiz danken wir für die finanzielle Unterstützung des Projekts.

Literatur

- Bio Suisse. (2019). *Jahresbericht 2019*. <https://jahresbericht.biosuisse.ch>
- Bundesamt für Landwirtschaft. (2017). Lebensqualität. In Bundesamt für Landwirtschaft, *Agrarbericht 2017*. <http://2017.agrarbericht.ch/de/mensch/bauernfamilie/lebensqualitaet>
- Contzen, S., Crettaz, E. & Forney, J. (2015). *Lebensbedingungen und Handlungsansätze von Bauernhaushalten in schwierigen Situationen. Schlussbericht*. BFH-HAFL/Fachhochschule Westschweiz.
- Contzen, S., Häberli, I., Bühler, M. & Straub, U. (2020). *Lebensqualität in der Milchproduktion. Eine qualitative bottom-up Studie. Schlussbericht*. BFH-HAFL.
- Forney, J. (2012). *Éleveurs laitiers. Peuvent-ils survivre?* Presse Polytechniques et Universitaires Romandes.
- Häberli, I. & Contzen, S. (2020). Lebensqualität in der Milchproduktion. In Bundesamt für Landwirtschaft, *Agrarbericht 2020*. <https://2020.agrarbericht.ch/de/mensch/bauernfamilie/lebensqualitaet-in-der-milchproduktion>
- Kuckartz, U. (2014). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (2. Auflage). Beltz Juventa.
- Mariani, D. (2019, Februar 19). Schweizer Milchproduzenten steht das Wasser bis zum Hals. https://www.swissinfo.ch/ger/wirtschaft/bauern-unter-druck_schweizer-milchproduzenten-steht-das-wasser-bis-zum-hals/44765724
- Radlinsky, A., Guarneri, S., Theler, Ch. & Lehmann, B. (2000). *Lebensqualität in der Schweizer Landwirtschaft: Grundlagenstudie für eine zukünftige Sozialberichterstattung: Schlussbericht*. ETH Zürich, Institut für Agrarwirtschaft.